

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ  
ПРОЦЕССА ОБМЕНА ЗНАНИЯМИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ  
ОНЛАЙН-ГРУППАХ**

**Бедулина Г.Ф.**

*кандидат социологических  
наук, доцент  
доцент кафедры экономической социологии  
УО «Белорусский государственный  
экономический университет»,  
г. Минск, Республика Беларусь  
ebedulina@yandex.ru*

**THE MAIN DIRECTIONS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF  
KNOWLEDGE SHARING IN PROFESSIONAL ONLINE GROUPS**

**Bedulina G.F.**

*sociological candidate  
sciences, associate professor  
Associate Professor at the Department of Economic Sociology  
EE "Belarusian State  
the University of Economics",  
Minsk, Republic of Belarus  
ebedulina@yandex.ru*

**Аннотация**

Статья посвящена актуальной теме - исследованию особенностей перспектив развития процесса обмена знаниями в профессиональных онлайн-группах с целью выявления преимуществ получения знаний через Интернет. Выявлена необходимость изучения и исследования данного типа сообществ с учетом информатизации общества и ростом пользователей сети Интернет, как перспективного направления для социологии, позволяющего посмотреть на современные групповые взаимодействия профессионалов различных областей.

## Annotation

The article is devoted to the actual topic - the study of the prospects of development of the knowledge exchange process in professional online groups in order to identify the benefits of obtaining knowledge through the Internet. The necessity of studying and research of this type of communities taking into account the Informatization of society and the growth of Internet users as a promising direction for sociology, allowing to look at the modern group interactions of professionals in various fields.

**Ключевые слова:** Интернет; знания; профессиональные онлайн-группы; социологические аспекты; коммуникация; виртуальное сообщество.

**Key words:** Internet; knowledge; professional online groups; sociological aspects; communication; virtual community.

## Введение

Знания ассоциируются в обществе с научной сферой жизнедеятельности социума, т.е. научное знание как знание, которое воспроизводится с помощью особенных научных методов и средств (эксперимент, классификация, наблюдение и т.п.). Определенную нишу занимает профессиональное знание, являющееся объективно необходимым для успешности в какой-либо профессии.

Социологические аспекты знания впервые рассматриваются в рамках социологии знания, родоначальником которой считается М. Шелер. Основными теоретико-методологическим предтечами социологии знания являются К. Маркс, Ф. Ницше. Систему знаний и обмена информацией рассматривали также К. Мангейм, Т. Парсонс и Р. Мертон. В отечественной социологии наиболее ярким представителем исследований знания с точки зрения культурсоциологии являлся В. Л. Абушенко, определяющий знание как отобранную, систематизированную, полученную соответствующим методом и оформленную по определенным стандартам информацию, которая имеет важность для социума и признается как именно знание социальными

институтами и обществом в целом. Данное определение показывает связь между понятиями знания и информации, т.е. знание и есть преобразованная с помощью определенных инструментов информация. Чтобы информация превратилась в знание, в «знаниевую систему», она должна быть преобразована каким-либо образом, т.е. представлена в форме, пригодной для дальнейшей работы: информация превращается в знание искусственным путем, т.е. знание является продуктом социокультурной деятельности.

Если в зарубежной социологии уделяется значительное внимание исследованиям обмена знаниями в онлайн-среде, то в социологии стран СНГ данные исследования носят точечный коммерческий характер (например, исследований МООК Высшей школой экономики). При этом, в России, например, сектор онлайн-образования развивается быстрыми темпами, и исследователи прогнозируют рост данной сферы обмена знаниями. В Республике Беларусь рынок онлайн-образования пока не изучается в силу отсутствия крупных образовательных онлайн-платформ (кроме проекта «Летучий университет», который, по сути, только отчасти можно назвать онлайн-платформой). При этом в нашей стране развивается сектор дополнительного профессионального образования при университетах (БГУиР предлагает пройти обучение на курсах специалистов по Bigdata) и крупных IT-компаниях (курсы бизнес-аналитиков в EPAMSystem, курсы в IT-академии ПВТ). В социальных сетях появляются группы, объединяющие людей, которые интересуются какой-либо профессиональной областью. Целью данных групп является создание благоприятной атмосферы для развития индивидов в определенной профессиональной области, повышение уровня их знаний и предоставление доступа к различной профессиональной литературе, а также обмен мнениями. Следовательно, на сегодняшний момент важно исследовать особенности развития и перспективы развития процесса обмена знаниями в профессиональных онлайн-группах с целью выявления преимуществ получения знаний через Интернет.

## **Методы и методология**

Обмен знаниями представляет собой взаимный процесс передачи информации и опыта от одного индивида или группы индивидов другому (другим) через определенные каналы коммуникации. Знания в данном случае представляют собой сообщение, т.е. являются элементом коммуникации. Само понятие «коммуникация» широко используется в различных дисциплинах и предметных областях. Популярно это понятие и в социологии как науке, изучающей современное состояние общества, характеризующееся такими процессами как глобализация, регионализация и интеграция. Эти процессы, как известно, подразумевают под собой развитие связей и отношений, иными словами, коммуникацию – термин, окончательно сформировавшийся в двадцатом веке. С другой стороны, обмен знаниями изначально ассоциировался с научными сообществами. Научное сообщество представляет собой структурную единицу науки, объединяющая ученых, работающих в рамках одной научной дисциплины и разделяющих определенную теоретическо-методологическую базу исследований.

Профессиональное сообщество представляет собой набор отношений между людьми, их деятельность и окружение, изменяющиеся с течением времени и в связи с деятельностью других соприкасающихся с ними сообществ. Дж. Лейв и Э. Венгер говорят о легитимизации периферического участия как процессе, посредством которого новичок включается в профессиональное сообщество. Сообщество должно гарантировать его новым участникам возможность общаться с другими участниками, иметь доступ к практике, а также к теоретическим материалам. Виртуальные сообщества профессионалов предоставляют своим участникам возможность реализовать перечисленные выше условия во многом благодаря тому, что сообщества существуют в виртуальной среде.

Технократические теории, интеракционизм и теория межкультурного содержания коммуникации объясняют феномен возникновения социальных сетей, которые являются уникальной платформой для обмена знаниями и

предоставлением сформированных знаний о себе самом, включая описание внешности, интеллектуальных и личностных качеств. Пользователь сети Интернет создает собственную реальность, которая существует здесь и сейчас в виртуальной среде. Регистрируясь в социальных сетях, индивид выходит за рамки физической реальности, получая возможность быть в разных местах в одно и то же время через разные образы себя самого. В социальных сетях появляются объединения профессионалов, которые таким образом поддерживают связь между собой и возможность обмениваться знаниями.

### **Результаты и дискуссия**

Рост объема знания способствовал возникновению новых проблем, которые существующая наука была неспособна решить. Поэтому в начале XIX века произошла институциональная научная революция, в результате которой появились новые научные сообщества, вступление ученых в которое обеспечивало их средствами для научной деятельности. Профессиональные сообщества ученых стали формироваться в университетах нового типа, основанного на равноправии теории и практики. Университеты, в которых активно работают исследовательские лаборатории стали активно возникать в Европе и США. Позже, к концу XIX века стала формироваться другой тип науки – промышленная наука. Промышленная наука представляет собой совокупность научных исследований, которые ведутся в крупных промышленных компаниях. Главным источником финансирования считается предпринимательство. В настоящее время в экономически развитых странах объем промышленной науки составляет примерно 70% национальных научных исследований и около 2% от ВВП [2, с. 142].

Акцентируя внимание на особенностях современной коммуникации, обратим внимание на то, что меняются формы обмена знаниями. Интернет является уникальной платформой для обмена профессиональными знаниями. Проследим процесс развития обмена знаниями в сети на основе обмена научными знаниями, т.е. онлайн-образования.

В 1980-х гг. в Европе возникла Европейская ассоциация международного образования (EAIE), которая является международным профессиональным сообществом преподавателей и компаний, работающих в области международного высшего образования. Данная организация занимается популяризацией и поддержкой международного образования для всех желающих, а также изучением рынка образовательных услуг. Кроме того, сама организация предлагает получить образование в сфере преподавания, повысить профессиональную педагогическую квалификацию. Обучение в организации проходит очно и заочно с использованием Интернет-коммуникации [5].

Образование через Интернет или онлайн-образование направлено на два сегмента: образование для бизнеса и образование для физических лиц. Обмен знаниями для физических лиц осуществляется через массовые открытые онлайн-курсы (MOOC), YouTube-каналы, мобильные приложения. Европейская ассоциация стала одним из инициаторов создания массовых открытых онлайн курсов (MOOC). Примерами платформ, работающих как MOOC, являются Coursera, UDACITY, Udemy и другие образовательные платформы. Платформы для виртуального образования предоставляют пользователям научный контент, полученный различными путями.

Готовые материалы используют так называемые агрегаторы или платформы, как Uchinovoe, BeSmart. Заимствуют материалы других образовательных платформ, например, площадка Lendwings. Данные площадки теряют свою популярность и уступают место другим площадкам. Некоторые платформы, например, Zillion, записывают вебинары или открытые лекции преподавателей и размещают их для своих пользователей. Наиболее популярными и креативными площадками онлайн-образования являются платформы, которые сами производят образовательный контент (Eduson, Udemy). Индивиды сами могут выбирать, какой способ получения знаний им подходит больше всего, т.е. выбирают способ обмена знаниями [3].

К преимуществам получения образования онлайн для пользователей можно отнести следующие:

- 1) доступность;
- 2) интерактивность;
- 3) доступ к большому объему информации;
- 4) возможность получить образование иностранных преподавателей.

Образовательные онлайн-платформы являются перспективным направлением для вкладывания денежных средств крупными инвесторами.

Кроме преимуществ МООК имеют и недостатки:

- 1) отсутствие стратегии монетизации платформ;
- 2) многие платформы являются платными;
- 3) существует проблема сокращения рабочих мест в университетах при повышении популярности онлайн-образования [4].

Первые МООК появились в 2008 году в Европе. Среди стран СНГ Россия стала первой в предоставлении онлайн-платформ для обучения в 2013 году. На сегодняшний день рынок МООК в России насчитывает более 50 крупных платформ.

Объем мирового рынка образовательных услуг составляет приблизительно 5 трлн. долларов, при этом исследователи прогнозируют рост объема рынка в ближайшее время. Примерно 3% от данного рынка составляет доля онлайн-услуг в образовании. Наиболее развит рынок онлайн-образования в США, Юго-Восточной Азии (Китай и Индия), Западной Европе. Восточная Европа отстает от Западной, при этом прирост оборотов в данном регионе перегоняет показатели на западе.

Постепенно набирает популярность корпоративное онлайн-обучение, в которое крупные международные корпорации и компании планируют, в соответствии с исследованием, увеличить инвестирование в данный вид обучения сотрудников [6].

Процесс обмена знаниями в связи с ростом популярности Интернета изменяется и затрагивает различные сегменты образования, в том числе и

дошкольное образование. При этом наибольший объем инвестиций характерен для сегмента дополнительного профессионального образования, что можно объяснить упомянутым ранее интересом к корпоративному обучению и возможностью оплачивать образование совершеннолетними [6].

Больше всего в дополнительное профессиональное образование вкладывает государство. При этом наибольшей популярностью пользуется образование, предлагаемое университетами. Частные компании и сотрудники компании чаще всего также вкладывают денежные средства в университетское образование и коммерческие курсы [6].

Идеология развития и функционирования сети Интернет и возникновение социальных сетей не только облегчили, но и стали своего рода триггерами возникновения и существования виртуальных профессиональных сообществ. В онлайн пространстве возникают сообщества, объединяющие практиков по интересам – т.е. профессиональные сообщества [8]. При этом участники сообщества могут читать, комментировать, спрашивать об интересующей информации, т.е. коммуницировать с другими участниками наиболее удобным для всех способом. Данный вид общения позволяет избежать барьеров в общении между новичками и экспертами. Также плюсом виртуальных сообществ является то, что их участники взаимодействуют друг с другом в удобное для них время, что делает принадлежность к такому типу сообществ более ценной.

Сообщества специалистов одной профессиональной области не привязано географически и его представители на сегодняшний день имеют возможность поддерживать контакты друг с другом через социальные сети, т.е. осуществлять коммуникацию через интернет.

Э. Винер в своих работах вводит понятие виртуального (online-сообщества) которое представляет собой группу людей, связанных профессиональным интересом и общающихся большей частью через интернет. Площадкой для общения в таком случае могут выступать



специальные web-сайты, социальные сети, форумы и т.д. Также виртуальное сообщество может быть распложено в локальной, закрытой для доступа извне, корпоративной сети. Большинство виртуальных ресурсов сегодня доступно для использования с помощью не только стационарных компьютеров, но и мобильных электронных устройств (смартфонов, планшетов). В связи с этим отмечается тенденция, при которой сообщества становятся все более мобильными, а их участники взаимодействуют друг с другом буквально «на ходу».

Виртуальное профессиональное сообщество развивается и существует в online-среде. Кроме того, в рамках сообщества должны быть созданы специальные социальные структуры для оказания помощи в создании и обмене знаниями. Знания должны быть общими и их значение должно обсуждаться в рамках соответствующего контекста. Члены сообщества должны обучаться через получение инструкций и через групповое обсуждение. Наконец, различные аспекты коммуникации должны упростить долгосрочное управление информацией, а также способствовать немедленному синхронному взаимодействию.

Исследователи спорят о том, насколько правомерно называть виртуальное сообщество виртуальным, т.к. оно существует в реальности, при этом общение между участниками такого сообщества опосредовано. С другой стороны, традиционное профессиональное сообщество сегодня сложно представить без поддержки контактов через Интернет [7, с. 8].

### **Выводы**

Виртуальные профессиональные сообщества удовлетворяют потребности людей, которые не могут быть легко обеспечены традиционными способами, например, при помощи личного общения, официальных публикаций в СМИ, научных публикаций и специальных объединений. Виртуальные профессиональные сообщества сегодня охватывают все способы коммуникации и все электронные медиа, начиная от форумов и заканчивая электронной почтой. Данные сообщества

обеспечивают важной информацией профессионалов, которые хотят и нуждаются в рекомендациях, указаниях, советах, идеях и инновациях. Часть того, что делает виртуальное сообщество, – это накопление значимой информации, то есть информации о профессиональной деятельности, об известных в индустрии людях и событиях, связанных с определённой темой, которую члены сообщества могут найти интересной и полезной.

Таким образом, виртуальные сообщества профессионалов предоставляют своим участникам возможность реализовать перечисленные выше условия во многом благодаря тому, что сообщества существуют в виртуальной среде. Рассмотрение данного типа сообществ с учетом информатизации общества и ростом пользователей сети Интернет является перспективным направлением для социологии, позволяющим посмотреть на современные групповые взаимодействия профессионалов различных областей.

### **Список литературы**

1. Абушенко, В.Л. Основания культурсоциологии. Избранные труды / В.Л. Абушенко. – Минск: Беларуская навука, 2016. – 496 с.
2. Кашин, В.Б. Введение в теорию коммуникации: учеб. пособие / В.Б. Кашин. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с.
3. Моковейчук, К.А. Перспективы использования курсов в формате МООК в высшем образовании в России// Международный научно-исследовательский журнал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://research-journal.org/economical/perspektivy-ispolzovaniya-kursov-v-formate-mook-v-vysshem-obrazovanii-v-rossii/>. – Дата доступа: 17.01.2019.
4. МООК и открытое образование: Значение для высшего образования// OPENEDUCATIONALNETWORK [Электронный ресурс]. – 2013. – Режим доступа: <https://open-education.net/services/mook-i-otkrytoe-obrazovanie-znachenie-dlya-vysshego-obrazovaniya/>. – Дата доступа: 12.01.2019.

5. Швецова-Водка, Г.Н. Документ и библиография в теории социальной коммуникации/ Г.Н. Швецова-Водка // Научные и технические библиотеки [Электронный ресурс].– Режим доступа:[http://www.gpntb.ru/win/ntb/ntb98/4/f4\\_09.html](http://www.gpntb.ru/win/ntb/ntb98/4/f4_09.html). – Дата доступа: 18.02.2019.
6. Riverin, S.Computers in Human /S. Riverin // Journal of Distance Education. – 2008. –№ 22. – P. 45-58.
7. Gunawardena, Charlotte N. A Theoretical framework for building online communities of practice with social networking tools / Charlotte N. Gunawardena// Educational Media International. – 2009.–№ 46. –P. 3-16.
8. Wenger, E. Communities of practice: the organizational frontier /E. Wenger// Harvard Business Review. –2015. –№ 8. – P. 11-27.